



LES APPELS VIDÉO PENDANT LA PANDÉMIE DE COVID-19

Ottawa – 10 septembre 2020 - L'OTM publie son plus récent rapport Garder le contact en période de quarantaine – Appels vidéo pendant la pandémie de COVID-19. La pandémie de COVID-19 au Canada a entraîné l'isolement des Canadiens. Coincés à la maison, non seulement pendant leur temps personnel mais aussi pendant leurs heures de travail, ils ont dû trouver d'autres façons d'interagir avec leurs collègues, leurs amis et leur famille tout au long de cette période. Le recours aux appels vidéo a été particulièrement marqué : cette technologie a permis aux Canadiens de voir des gens de l'extérieur de leur foyer tout en restant confinés. Ce rapport s'intéresse aux appels vidéo faits durant la pandémie de COVID-19 et aux plateformes utilisées par les internautes canadiens pour garder le contact.

Faits saillants de ce rapport :

- Pendant la pandémie de COVID-19, trois internautes canadiens sur cinq ont déclaré avoir fait des appels vidéo sur Internet. Cela représente une augmentation de 50 % par rapport à ce que nous avons observé la dernière fois que nous avons mesuré l'utilisation des appels vidéo en ligne, à l'automne 2018.
- Comme pour de nombreuses activités en ligne, les Canadiens plus jeunes sont les plus susceptibles de participer à des appels vidéo en ligne. 84 % des internautes canadiens de 18-24 ans ont fait des appels vidéo en ligne au cours du mois précédent. Également, 83 % des étudiants ont recours à ce type d'appels. Les utilisateurs plus jeunes indiquent y consacrer plus de temps que les utilisateurs plus âgés.
- Trois applications se sont démarquées comme étant les plus prisées pour faire des appels vidéo en ligne. La moitié des utilisateurs d'appels vidéo les font sur Facebook, 46 % sur FaceTime et 41 % sur Zoom.

[VOIR LE RAPPORT](#)

À PROPOS DE L'OTM

L'Observateur des technologies médias (OTM©) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada. Avec plus de 12 000 entrevues téléphoniques réalisées chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 140 000 Canadiens (répartis en parts égales entre francophones et anglophones) au cours des dix dernières années, ce qui en fait l'enquête de suivi sur les technologies médias la plus précise et complète qui soit.